

Laurent Creton, *L'économie du cinéma*

Paris, Nathan, coll. 128, 2003, 128 p.

Stéphanie Hurez



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7132>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.7132

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 1 juillet 2004

ISBN : 978-2-86480-838-1

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Stéphanie Hurez, « Laurent Creton, *L'économie du cinéma* », *Questions de communication* [En ligne], 5 | 2004, mis en ligne le 19 juillet 2013, consulté le 22 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7132> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.7132>

Tous droits réservés

jargon – voire la technicité sémantique rébarbative de certains textes – puissent, comme on le dit de certains mots qui en viennent à manquer de corps, « émacier » le plus grand nombre de chercheurs de toutes disciplines et les empêcher de déguster ce petit traité de vitalité. Voies de métamorphose de l'impossible en possible et de révélation des conflits de dignité, les catachrèses ne peuvent qu'intéresser les chercheurs qui s'y reconnaîtront par ces temps-ci où leur « saute à la figure » l'arrogance du politique. Ce traité de « mise en tropes » amène le lecteur endurant à mettre à profit le conseil de Goethe : « Si l'on aperçoit chez un vivant quelque supériorité apparente assumée par un organe, chercher le côté par où le vivant souffre et on aura la clé ».

Claude Nosal

LIO, université de Haute Alsace

Laurent CRETON, *L'économie du cinéma*.

Paris, Nathan, coll. 128, 2003, 128 p.

Penser l'économie du cinéma indépendamment de l'ensemble des spécificités du circuit médiatique... Laurent Creton ne l'entend pas de cette façon ! Dès la première partie de son ouvrage, il expose les bornes d'un champ qui ne peut « s'en tenir à l'étude des structures industrielles, des stratégies d'entreprises ou des données chiffrées » (p. 12), en soulignant que les représentations des acteurs doivent être examinées. Par conséquent, définir et faire comprendre ce qui échafaude la valeur artistique constitue l'indéflectible *credo* de l'auteur qui, à travers une cinquantaine de notices, des graphiques illustrant son analyse et un glossaire définissant les termes essentiels, nous donne matière à en maîtriser les structures fondamentales. La situation française est présentée dans une perspective internationale, ce qui rend l'analyse d'autant plus intéressante puisqu'elle permet au lecteur de saisir les limites du cinéma français face aux autres pays d'Europe et à la prédominance américaine. On y distingue clairement que, placée au croisement des arts du spectacle et des industries culturelles, la filière cinématographique se meut dans des logiques d'aménagement des espaces publics et des sphères privées, dont la dynamique est conduite par les systèmes

de production, de distribution et d'exploitation, eux-mêmes assujettis à d'effectives complémentarités et concurrences. Statistiques à l'appui, l'auteur n'en laisse d'ailleurs pas dans l'ombre les nombreuses causes et conséquences. Le spectacle en salle, les films programmés à la télévision, le marché de la vidéocassette et le développement du DVD modifiant les pratiques et les implications socioculturelles des (télé)spectateurs, les « effets de substitution », « phénomène par lequel un produit ou un service est remplacé par un autre remplissant une fonction d'usage similaire ou élargie » (p. 26), ne cessent d'augmenter. Néanmoins, il concède que cette diversité est le fruit d'un investissement stratégique au sein de l'espace marchand dans lequel les *blockbusters* ont su planter leurs griffes.

Certes, l'exploitation des salles de cinéma ne peut être considérée sans que l'on ne porte une attention particulière aux rythmes de fréquentation et, *de facto*, aux publics, mais la création de nouveaux équipements contribue à sa complète restructuration. L'apparition et le développement des multiplexes en milieu périurbain – que l'on nous présente comme étant plus au point en termes de qualités de son, d'image, de confort et de services offerts aux spectateurs que les structures traditionnelles – ne sont pas sans faire réagir l'auteur. Il estime très justement que ces facteurs sont à l'origine de la recherche d'une forme d'attraction et de rentabilisation de l'espace qui pose un problème de régulation, puisque « ce secteur se fonde [...] sur une pluralité de types d'équipements et de programmations, et la perception du nécessaire équilibre entre ces composantes risque toujours d'être biaisée par la confusion entre cinéma de proximité et accessibilité marchande, par les glissements équivoques entre ambition culturelle et enjeux socio-économiques » (p. 46). Il ajoute que la politique tarifaire des salles oriente et balise le comportement des publics faisant qu'ils s'inscrivent plutôt dans le rang des « assidus », des « réguliers » ou des « occasionnels ». À cet égard, seules des stratégies de différenciation pertinentes seraient en mesure de pallier ces différences. Ceci dit, même si les multiplexes jouent en défaveur de l'équilibre relationnel du pôle « distribu-

tion », nul doute que ce dernier occupe une place prépondérante lorsque l'on aborde la question de l'économie du cinéma, et que le pôle « promotion » – qui y est étroitement lié – exerce une influence sans précédent. Mais, tout en expliquant que la flambée des budgets publicitaires fragilise la distribution dans son ensemble et que la critique, par son pouvoir à être « lue et créditée d'une certaine légitimité intellectuelle et culturelle [qui peut créer, *in extenso*,] une valorisation promotionnelle, [...] renvoyer [...] au néant ou à la marginalité » (p. 66), Laurent Creton parvient à attester de l'importance accordée aux investissements promotionnels. Il indique en ce sens que « le cinéma est une activité par nature spéculative, qui s'inscrit dans une économie du prototype, de l'engagement, du pari et du risque » (p. 67). Dès lors, il convient de comprendre qu'un film, quel qu'il soit, ne pourrait voir le jour sans la mise en œuvre d'une structure de production et de post-production fiable. En démontrant que le système de financement du cinéma français est passé, en l'espace des deux dernières décennies, « de la prévalence d'une logique d'amortissement, consistant pour le producteur à prendre un risque direct sur les films, à la logique de préfinancement » (p. 77), l'auteur ausculte les implications et les mutations actives de la télévision dans l'équilibre de la filière, tout en justifiant que le développement de la consommation télévisuelle serait tenue pour partie responsable de la chute de fréquentation des salles de cinéma – à l'instar de Canal + qui retransmet des films fraîchement délogés des *box-offices*, ou des chaînes thématiques qui se sont surdéveloppées sous l'impulsion du câble et des satellites.

Tandis que le triptyque « structures-conduites-performances » de l'économie industrielle prouve la nécessité qu'une entreprise est guidée par la structure de marché, « l'investissement sur le temps long de la révélation d'un auteur et de l'éventuelle reconnaissance d'une œuvre dans la durée, versus la priorité au temps court, avec l'objectif de maximiser le chiffre d'affaires et la rentabilité dans les meilleurs délais » (p. 96) caractérise, selon Laurent Creton, l'économie de la culture. En parachevant sa réflexion par une rétrospective des organismes de régulation et de la politique cultu-

relle opérant en Europe et aux États-Unis, on peut considérer que son ambition de traiter l'économie du cinéma dans un nombre très limité de pages est indéniablement respectée. Cependant, il aurait été peut-être plus cohérent que les chapitres soient organisés conformément à l'enchaînement logique des instances qui composent la filière cinématographique – à savoir, la production, à laquelle succèdent la distribution, puis l'exploitation – plutôt que de les disséminer au fil des pages, ce qui peut parfois perturber la compréhension. Nonobstant cette réserve, l'ouvrage présente avec précision une combinaison de cadres d'analyses et de grilles de lecture qui offriront, tant à l'amateur qu'au spécialiste, des repères explicitant les concepts indispensables d'un terrain artistique qui suscite aisément les passions.

Stéphanie Hurez

CREM, université de Metz

Jacques DEMORGON, *L'histoire interculturelle des sociétés*.

Paris, Éd. Anthropos, coll. Exploration interculturelle et science sociale, 2^e éd. rev. et augm., 2002, 340 p.

Dans cet ouvrage, Jacques Demorgon, spécialiste de l'interculturel, s'attache à travailler la part maudite de la recherche interculturelle, c'est-à-dire son aspect conceptuel et théorique ; mieux encore, il nous propose un modèle méthodologique et sa mise en œuvre. L'auteur paraît d'autant mieux placé pour accomplir ce travail qu'il est également un chercheur interculturel empirique, fort de l'expérience de nombreux terrains et co-directeur d'un ouvrage de référence consacré à la formation (avec E.-M. Lipiansky, dirs, *Guide de l'interculturel en formation*, Paris, Retz, 1999). Cette double compétence lui permet de construire un propos, certes fondé sur l'expérience, mais ensuite théorisé et applicable au concret. Cette circulation de la pensée répond à une nécessité : celle de la complexité de l'interculturel et de l'obligation de la prendre en compte ; d'ailleurs, le lecteur est prévenu, dès la préface, de l'ambition du livre de se défaire des *a priori* sur ce champ de recherche : « L'interculturel est le contraire d'une solution. Il est d'abord un ensemble de situations